

**ANALISIS TINDAK TUTUR WACANA IKLAN DALAM  
MAJALAH *GENIE* EDISI NOVEMBER 2011  
(TINJAUAN PRAGMATIK)**

**NASKAH PUBLIKASI**

Untuk memenuhi Sebagian  
Persyaratan Guna mencapai derajat Sarjana S-1  
Program studi Pendidikan Bahasa, Sastra Indonesia, dan Daerah



Disusun Oleh:

**SUSANTI**

**A310 080 229**

**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
2012**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**ANALISIS TINDAK TUTUR WACANA IKLAN  
DALAM MAJALAH *GENIE* EDISI NOVEMBER 2011**

Dipersiapkan dan disusun oleh:




**SUSANTI**

**A 310 080 229**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal, 25 Oktober 2012

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat.

- |                                    |   |  |   |
|------------------------------------|---|--|---|
| 1. Drs. Andi Haris Prabawa, M.Hum. | ( |  | ) |
| 2. Dr. Muhammad Rohmadi, M.Hum.    | ( |  | ) |
| 3. Drs. Zainal Arifin, M.Hum.      | ( |  | ) |

Surakarta,

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Dekan,  
  
  
**Drs. Sofyan Anif, M. Si**

NIK. 547

## ABSTRAK

### ANALISIS TINDAK TUTUR WACANA IKLAN DALAM MAJALAH *GENIE* EDISI NOVEMBER 2011

**Susanti, A 310 080 229, Jurusan Pendidikan Bahasa, Sastra Indonesia, dan Daerah, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2012.**

Tujuan penelitian ini (1) mendeskripsikan jenis-jenis tindak tutur wacana iklan yang terdapat dalam majalah *Genie*, dan (2) mendeskripsikan maksud yang terkandung didalam tindak tutur pada wacana iklan yang terdapat dalam majalah *Genie*. Manfaat penelitian ini adalah menambah kajian analisis pragmatik dan akan diketahui pemakaian tindak tutur dalam wacana iklan pada majalah *Genie* edisi November 2011. Dengan hasil diskripsi data dari wacana iklan yang dianalisis. Jenis penelitian ini adalah Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif dan bersifat deskriptif yaitu dengan teknik simak kemudian melakukan teknik catat selanjutnya data diklasifikasikan dan dianalisis, akhirnya disimpulkan. Objek dalam penelitian ini difokuskan pada tindak tutur dalam wacana iklan pada majalah *Genie* edisi November 2011. Data yang akan dianalisis sebanyak 18 data, sumber data diambil dari wacana iklan dalam majalah *Genie*. Penyajian hasil analisis menggunakan metode formal dan informal yaitu menggunakan lambang-lambang dan kata-kata biasa.

Berdasarkan analisis tindak tutur wacana iklan dalam majalah *Genie* Edisi November 2011 adalah Tindak tutur langsung (*kalimat berita, tanya, perintah*), lokusi, representatif, dan direktif. Tindak tutur ini digunakan penulis (O1) untuk menginformasikan/menyatakan maksud secara langsung. Maksud yang disampaikan sesuai apa yang dikatakan penulis (O1) melalui tuturan dalam wacana iklan pada majalah *Genie*. Tindak tutur tidak langsung (*kalimat berita*), ilokusi, perlokusi. Tindak tutur ini digunakan penulis (O1) untuk menyampaikan maksud atau pesan kepada pembaca (O2) secara tidak langsung atau tersirat. Maksud/ pesan yang disampaikan kepada pembaca (O2) melalui tindak tutur ini biasanya berisi perintah/menyuruh, mempengaruhi, secara tidak langsung/tersirat sesuai apa yang dikatakan penulis (O1) melalui tuturan dalam wacana iklan pada majalah *Genie*. Maksud atau tujuan penulis untuk menyampaikan ide/gagasan, menginformasikan, memohon/menyuruh, dan mengkritik/menyindir tercapa jelas melalui tindak tutur-tindak tutur yang digunakan oleh penulis.

Kata kunci: tindak tutur, wacana, iklan, dan majalah *Genie*

## **I. PENDAHULUAN**

Manusia memerlukan bahasa sebagai alat berkomunikasi. Bahasa sebagai alat komunikasi, memegang peranan yang sangat penting dalam kehidupan manusia karena dengan bahasa manusia dapat berinteraksi dan berbicara mengenai apa saja. Berdasarkan cara penyajiannya bahasa dibedakan menjadi dua sarana, yaitu sarana dengan bahasa tulis dan bahasa lisan, Baik bahasa lisan atau bahasa tulis salah satu fungsinya adalah untuk berkomunikasi sehingga mempengaruhi interaksi sosial dalam masyarakat dapat terjalin. Bahasa lisan antara daerah satu dengan daerah lain berbeda yang disebut dengan dialek. Guna menyatukan bahasa dimasyarakat dari beberapa daerah diperlukan bahasa nasional. Selain itu didalam proses berkomunikasi juga terjadi tindak tutur.

Suatu proses komunikasi tidak terlepas adanya tindak tutur ataupun peristiwa tutur. Pentingnya komunikasi mendorong manusia lebih kreatif menciptakan media-media baru sebagai sarana untuk mempermudah proses berkomunikasi. Wujud media komunikasi misalnya media cetak dan elektronik. Dua media komunikasi ini merupakan sarana komunikasi tidak langsung antara penutur dan mitra tutur. Penutur dan mitra tutur dapat berinteraksi dan mengirimkan pesan meskipun tidak bertemu secara langsung atau berada pada tempat yang berjauhan. Hasilnya, suatu pesan dapat diterima oleh orang pada waktu yang bersamaan. Dalam kehidupan manusia akan dapat menimbulkan efek terhadap mitra tutur. Salah satu pemakaian bahasa dalam kehidupan dapat ditemukan dalam perdagangan khususnya penawaran barang yang sering disebut pawiwara atau iklan.

Iklan sebagai salah satu bentuk penawaran barang atau jasa, disadari atau tidak turut menentukan keberhasilan penjualan suatu barang atau produk sehingga pemilihan bahasanya perlu diperhatikan. Bahasa iklan harus memiliki kekhasan dan harus mampu meninggalkan kesan pada penyimaknya. Dengan menggunakan kalimat yang menarik maka iklan yang disampaikan pengiklan dapat mempengaruhi atau menarik minat para penyimak untuk melakukan suatu kehendak sesuai dengan yang diinginkan oleh pengiklan.

Berdasarkan pemaparan di atas dapat dirumuskan permasalahan yang akan diteliti yaitu bagaimana jenis-jenis tindak tutur wacana iklan dalam majalah *Genie* dan bagaimana maksud yang terkandung didalam tindak tutur wacana iklan dalam majalah *Genie* tinjauan pragmatik. Adapun tujuan penelitian ini yaitu mendeskripsikan jenis-jenis tindak tutur wacana iklan dalam majalah *Genie* dan mendeskripsikan maksud yang terkandung di dalam tindak tutur wacana iklan dalam majalah *Genie* tinjauan pragmatik. Manfaat penelitian ini dapat menambah kajian analisis pragmatik dan diharapkan dapat memberikan informasi dan petunjuk bagi pembacanya tentang segala persepsi mengenai tindak tutur pada wacana iklan dalam majalah *Genie*.

## **II. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian yang menggunakan metode kualitatif dan bersifat deskriptif. Bogdan dan Taylor (Moleong, 1990: 3) mengemukakan bahwa metodologi kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Penelitian ini lebih menekankan pada makna dan terikat nilai. Penelitian kualitatif digunakan jika masalah belum jelas, untuk mengetahui makna yang tersembunyi, untuk memahami interaksi sosial, untuk mengembangkan teori, untuk memastikan kebenaran data, dan meneliti sejarah perkembangan. Sedangkan deskriptif merupakan bentuk dari uraian naratif.

Objek penelitian merupakan target atau sasaran di dalam penelitian. Objek penelitian di bidang bahasa biasanya merupakan sistem kebahasaan. Objek dari penelitian ini difokuskan pada tindak tutur dalam wacana iklan pada majalah *Genie*.

Data merupakan bagian yang sangat penting dalam setiap kegiatan penelitian. Oleh karena itu, berbagai dari keseluruhan proses pengumpulan data harus benar-benar dipahami oleh setiap peneliti (Sutopo, 2002: 47). Data dalam penelitian ini berupa data tulis yakni berupa kalimat dalam tindak tutur wacana iklan pada majalah *Genie* yang sifatnya menuturkan, memaparkan dan menganalisis

Sumber data merupakan dari mana data tersebut diperoleh. Sumber data diambil dari wacana iklan pada majalah *Genie*.

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan tehnik simak, kemudian melakukan teknik catat, Teknik simak adalah teknik yang digunakan untuk memperoleh data dilakukan dengan menyimak penggunaan bahasa. Istilah Menyimak disini tidak hanya berkaitan dengan penggunaan bahasa secara lisan, tetapi juga penggunaan bahasa secara tertulis (Mahsun, 2005: 92). Dalam penelitian ini dilakukan dengan menyimak beberapa tindak tutur wacana iklan dalam majalah *Genie*. Teknik simak diikuti dengan teknik catat merupakan teknik penyediaan data dengan cara mencatat data-data yang dijadikan objek penelitian. Dalam penelitian ini, setelah dilakukan kegiatan menyimak kemudian dilanjutkan dengan mencatat beberapa data. Data yang ada berupa tulisan kemudian didokumentasikan dengan cara mencatat data-data yang telah terkumpul.

Tahap analisis data merupakan upaya peneliti menangani secara langsung masalah yang terdapat pada data. Analisis data dilakukan dengan metode agih dan padan. Metode padan adalah metode analisis yang alat penentu di luar, terlepas dan tidak menjadi bagian dari bahasa yang bersangkutan. Sedangkan metode agih adalah metode analisis yang alat penentunya berada di bagian bahasa yang bersangkutan itu sendiri. (Sudaryanto, 1993: 13-15).

Menurut Sudaryanto (dalam Mahsun, 2005: 124) hasil analisis dapat disajikan melalui dua cara yaitu: (a) Perumusan dengan menggunakan kata-kata biasa, termasuk penggunaan terminologi yang bersifat teknis dan (b) Perumusan dengan menggunakan tanda atau lambang-lambang. Kedua cara diatas masing-masing disebut metode informal dan metode formal.

### **III. HASIL PEMBAHASAN**

Analisis tindak tutur ini bertujuan untuk mengetahui tindak tutur-tindak tutur yang digunakan oleh penulis (O1) dalam berkomunikasi dengan pembaca (O2). Oleh karena itu, maksud dan tujuan penulis (O1) akan sangat menentukan

jenis-jenis tindak tutur apa yang harus digunakan untuk menyampaikan maksud atau pesannya kepada pembaca (O2).

## **A. Tindak Tutur Langsung-Tidak Langsung**

### **A.1 Tindak Tutur Langsung**

Tindak tutur langsung adalah tindak tutur yang dibentuk oleh pemfungsian secara konvensional modus-modus kalimat tertentu, seperti modus kalimat berita untuk memberitahu, kalimat tanya untuk bertanya, dan kalimat perintah untuk menyuruh/memerintah secara langsung.

#### **a. Kalimat berita**

Kalimat berita adalah kalimat yang berfungsi untuk memberitahukan sesuatu atau hal yang dinyatakan dalam kalimat.

- (01) Handy Clean “Gel beningnya mencerminkan kemurnian”  
Diperkaya dengan moisturizer yang bisa menjaga tangan tetap lembut (tidak kering) dan tidak lengket.

Kalimat (01) merupakan tindak tutur langsung yang menggunakan modus kalimat berita. Kalimat-kalimat pada wacana iklan (01) bermaksud untuk memberitahukan atau memberitakan tentang Handy Clean. (01) pengiklan ingin memberitahukan kepada pembaca bahwa Handy Clean yang terbuat dari bahan berkualitas yang terbukti efektif dapat membunuh kuman/diperkaya dengan moisturizer yang bisa menjaga tangan tetap lembut (tidak kering) dan tidak lengket. Kalimat berita dalam tuturan (01) ditandai dengan kalimat “*Gel beningnya mencerminkan kemurnian*”. Penulis (O1) berharap dengan berita atau informasi yang diberikan kepada pembaca (O2) tentang Handy Clean yang mampu membebaskan kuman, bakteri atau virus dari tangan akan mengundang minat semua pembaca iklan pada majalah tersebut.

### **b. Kalimat Tanya**

Kalimat Tanya adalah kalimat yang berfungsi untuk menanyakan sesuatu atau hal yang sesuai dengan apa yang terkandung dalam suatu kalimat.

(04) Diet Pemicu Maag?

Magasida cara enak atasi maag.

Tuturan kalimat (04) adalah tindak tutur langsung yang menggunakan modus kalimat tanya. Kalimat di atas bermaksud bukan sekedar menanyakan sesuatu seperti yang terkandung pada kalimat tersebut, akan tetapi secara tidak langsung menyiratkan perintah kepada pembaca tentang cara mengatasi maag karena diet. Konteks tuturan dalam iklan ini ditandai dengan kalimat. “*Magasida cara enak atasi maag*”,diutarakan agar pembaca bisa memahami tuturan tersebut sebagai kalimat tanya.

Tuturan kalimat (04) adalah tuturan pengiklan (O1) yang menyatakan kepada pembaca (O2) soal cara enak atasi maag. pertanyaan pengiklan tersebut ditandai dengan kalimat “*Diet pemicu maag?*”. Pengiklan ingin memberikan solusi kepada pembaca tentang pemicu sakit maag, dengan demikian pembaca dapat mengetahui solusi tersebut.

### **3. Kalimat Perintah**

Kalimat perintah adalah kalimat yang berfungsi untuk memerintahkan/menyuruh lawan bicara tentang sesuatu/hal seperti yang terkandung dalam kalimat tersebut.

(15) Pucelle Happy Refreshing “Ceriaan harimudengan setiap percikan!”.

Ceriaan keceriaanmu bersama Pucelle Happy Refreshing Splash Cologne.



Tuturan kalimat (15) merupakan tindak tutur langsung yang menggunakan modus kalimat perintah. Kalimat perintah dalam tuturan (15) ditandai dengan kalimat “*Ceritakan harimu dengan setiap percikan!*”. Kalimat tersebut perintah agar pembaca iklan (O2) ikut menggunakan pucelle happy refresing sebagai ekspresi keceriaan perpaduan aroma segar, manis dan lembut. Perintah pengiklan (O1) tersebut sesuai dengan apa yang terkandung dalam kalimat *Ceritakan harimu dengan setiap percikan!*.

Konteks tuturan dengan *Ceritakan keceriaanmu bersama Pucelle Happy Refreshing Splash Cologne*. Dituturkan oleh pengiklan (O1) dalam iklan tersebut bertujuan memberikan informasi, mengajak untuk menggunakan produk pucelle tersebut agar pembaca (O2) akan lebih yakin dengan produk iklan dan keunggulan yang dimiliki dari produk tersebut.

## **A. 2 Tindak Tutur Tidak Langsung**

Tindak tutur tak langsung adalah tindak tutur untuk memerintah seseorang melakukan sesuatu secara tidak langsung, dengan menggunakan modus kalimat berita dan kalimat tanya.

### **1. Kalimat Berita**

Kalimat berita dalam tindak tutur tak langsung, selain berfungsi untuk memberitahukan sesuatu, sekaligus dapat berfungsi untuk memerintahkan sesuatu secara tidak langsung.

(02) “Interior kamar khas AC Milan”

Kenyamanan dan kesederhanaan yang terjadi tujuan utama sangat tergantung pada organisasi ruangan dan tata rias.

Tuturan kalimat (02) dimaksudkan untuk memerintahkan secara tidak langsung kepada pembaca (O2) untuk menggunakan Interior AC Milan. Tuturan (02) merupakan ajakan pengiklan (O1) kepada pembaca (O2) untuk menggunakan Interior AC Milan yang

memberikan kenyamanan. Hal ini didukung oleh konteks *“Kenyamanan dan kesederhanaan yang terjadi tujuan utama sangat tergantung pada organisasi ruangan dan tatarior”*. Konteks tuturan tersebut menunjukkan fungsi/keunggulan dari produk tersebut.

## **2. Kalimat Tanya**

Kalimat tanya dalam tindak tutur tak langsung selain berfungsi untuk menanyakan sesuatu, sekaligus dapat berfungsi untuk memerintahkan sesuatu secara tak langsung kepada lawan tutur.

### **A.3 Tindak Tutur Lokusi, Illokusi dan Perlokusi**

#### **1. Tindak tutur lokusi**

Tindak tutur lokusi adalah tindak tutur yang dimaksudkan untuk menyampaikan sesuatu atau informasi yang disampaikan oleh penutur/penulis (O1) kepada lawan tutur/pembaca (O2) tanpa tedensi untuk melakukan sesuatu, apalagi untuk mempengaruhi lawan tuturnya.

- (05) Fruit&Plant “Pelangsing badan tercepat didunia”  
1 kapsul dengan air hangat sesudah dan sebelum makan

Tuturan pengiklan (O1) dalam tuturan (06) di atas merupakan tindak tutur lokusi. Penulis tidak punya niat lain dari tuturan tersebut, kecuali hanya untuk menginformasikan kepada pembaca (O2), tuturan (06) bermaksud menginformasikan kepada pembaca (O2) bahwa telah hadir Fruit&Plant pelangsing badan tercepat didunia.

## 2. Tindak tutur Ilokusi

Tindak tutur Ilokusi adalah tindak tutur yang selain berfungsi untuk menyatakan sesuatu juga berfungsi untuk melakukan sesuatu. Dalam tuturan ini berarti satu tuturan mengandung dua maksud yaitu menginformasikan dan menyuruh melakukan sesuatu.

(16) Binggung menentukan spesifikasi computer yang cocok?  
“Asus Complete PC Solusinya”.

Asus destop PC Smart Multimedia Center No.1 in  
Reliability and Customer-Satisfied Windows-Based Destop  
Brand by PC Wol Survey 2011.

Tuturan pada kalimat (16) di atas mengandung dua maksud, yaitu memberitahukan sebagai makna lokusi dan menyuruh sebagai makna ilokusi. Maksud tuturan sebagai makna lokusi pada kalimat (16) “*Asus destop PC Smart Multimedia Center No.1 in Reliability and Customer-Satisfied Windows-Based Destop Brand by PC Wol Survey 2011*”. Memberitahukan kepada pembaca (O2) bahwa telah hadir Asus Complete PC didalam spesifikasi computer.

Selain tuturan tersebut mengandung makna lokusi, sekaligus juga mengandung makna ilokusi didalamnya. Makna ilokusi yang terkandung didalam kalimat (16) ditandai dengan “*Binggung menentukan spesifikasi computer yang cocok?*”. Tuturan tersebut bukan sekedar bertanya untuk mendapatkan jawaban dari pembaca ya/tidak?. Akan tetapi pembaca akan bertanya solusi apa yang tepat?, berdasarkan tuturan penulis (O1) di atas pembaca (O2) dan penulis (O1) sama-sama tahu untuk mendapatkan solusi spesifikasi computer yang cocok Asus Complete PC solusinya. Kita dapat mengetahui maksud penulis (O1) atau makna ilokusi yang terkandung dalam tuturan penulis

(O1) pada kalimat (16) agar pembaca tau tentang solusi untuk mendapatkan klasifikasi computer yang baik.

### **3. Tindak tutur Perlokusi**

Tindak tutur Perlokusi adalah tindak tutur yang pengutaraanya dimaksudkan untuk mempengaruhi lawan tuturnya/pembaca (O2).

(07) Theright “Sekarang hadir formula terbaru”

Tehnologi EnterCell dan Multipath  
yang membuat penyerapan Vitamin C melalui multi jalur  
sehingga 400% lebih baik dari Vitamin C biasa.

Tuturan kalimat (07) di atas mengandung tiga makna sekaligus, yaitu makna lokusi, ilokusi dan perlokusi. Makna lokusi pada kalimat (07) adalah memberitahukan, menginformasikan tentang Theright yang hadir dengan formula baru. Sedangkan makna ilokusi yang terkandung dalam kalimat (07) adalah Theright sekarang hadir dengan formula baru yang membuat penyerapan vitamin C. Dari tuturan di atas selain mengandung makna lokusi dan ilokusi, kalimat (07) sekaligus juga mengandung makna perlokusi.

Makna perlokusi yang terkandung dalam tuturan kalimat (07) adalah 400% lebih baik dari Vitamin C biasa. Hal itu dikarenakan pengaruh dari tuturan penulis (O1) pada kalimat (07). Tuturan penulis (O1) di atas secara langsung maupun tidak langsung akan berpengaruh kepada pembaca (O2) dalam hal ini pembaca untuk menggunakan produk tersebut. Jadi akibat tuturan penulis (O1) pada kalimat (07) para pembaca bisa merasakan manfaat dari produk tersebut.

## **B. Maksud-maksud yang terkandung dalam wacana Iklan pada Majalah *Genie*.**

Berdasarkan pengamatan peneliti, maksud yang terkandung dalam tuturan penulis (O1) iklan dalam majalah *Genie* dapat dibedakan menjadi Tujuh maksud. Ketujuh maksud tersebut adalah 1) bermaksud menginformasikan/memberitahu, 2) bermaksud memohon/menyuruh, dan 3) bermaksud mengkritik/menyindir.

### **B.1. Bermaksud menginformasikan/memberitahu**

Tuturan penulis (O1) yang bermaksud untuk menginformasikan/memberitahukan disampaikan dengan tindak tutur representatif. Tindak tutur representatif adalah tindak tutur yang mengikat penuturnya pada kebenaran atas apa yang dikatakannya, (Misalnya; menyatakan, melaporkan, menunjukkan, dan menyebutkan). Menurut pengamatan peneliti dalam wacana iklan pada majalah *Genie* banyak ditemukan tindak tutur representatif yang digunakan penulis (O1) untuk menyampaikan maksud/pesanya kepada pembaca (O2), tindak tutur dalam wacana iklan pada majalah *Genie* tersebut yaitu.

(18) Mustika Puteri “Beda tempat, beda jenis mewanginya”

Fashion body Mist Cologne dengan keharuman lima variasi yang unik.

Tuturan penulis dalam kalimat (18) adalah tindak tutur representatif, yaitu melaporkan/menunjukkan tentang satu fakta yang sedang berkembang dikalangan masyarakat. Permasalahan yang diinformasikan penulis (O1) kepada pembaca (O2) adalah permasalahan tentang Fashion body Mist Cologne. Tuturan (18) sebagai tindak tutur yang mengandung maksud untuk memberitahukan kepada pembaca (O2).

Tindak tutur representatif yang digunakan oleh penulis (O1) adalah untuk menginformasikan suatu produk yaitu dengan cara membuktikan dengan keharuman lima variasi yang unik.

## **B.2. Bermaksud untuk memohon/menyuruh.**

Maksud tuturan penulis (O1) dalam wacana iklan dalam majalah *Genie* yang bermaksud untuk memohon/memerintah disampaikan secara langsung maupun tidak langsung. Maksud permohonan yang secara langsung disampaikan dengan tindak tutur seperti tindak tutur yang bermaksud menginformasikan, yaitu tindak tutur direktif, tindak tutur langsung, dan tindak tutur literal. Sedangkan tindak tutur yang bermaksud memohon secara tidak langsung/halus disampaikan dengan menggunakan tindak tutur tidak langsung, tidak literal, dan tindak tutur ilokusi.

Tindak tutur direktif adalah tindak tutur yang dilakukan penuturnya dengan maksud agar pembaca (O2) melakukan tindakan seperti yang disebutkan di dalam ujaran penulis (O1). Misalnya menyuruh, memohon, menyarankan, menantang, dan sebagainya, tindak tutur wacana iklan pada majalah *Genie* sebagai berikut.

(11) Celana Hitam “Tampil bergaya dengan celana hitam!”.

Celana panjang warna hitam adalah salah satu fashion item yang harus dimiliki setiap perempuan

Tuturan kalimat (11) merupakan tuturan penulis (O1) yang menggunakan tindak tutur direktif. Tuturan (11) adalah tindak tutur berkategori direktif, yaitu tindak tutur yang dimaksudkan untuk menyuruh pembaca (O2) untuk tampil bergaya dengan celana hitam. Tuturan (11) menyuruh kepada masyarakat khususnya kepada wanita, untuk bergaya dengan celana panjang warna hitam yaitu salah satu fashion item yang harus dimiliki setiap perempuan.

### **B.3 Bermaksud menyindir/mengkritik.**

Tuturan penulis (O1) dalam wacana iklan majalah *Genie* yang bermaksud menyindir/mengkritik disampaikan dengan menggunakan tindak tutur ekspresif. Tindak tutur ekspresif adalah tindak tutur yang dilakukan dengan maksud agar ujarannya diartikan sebagai evaluasi tentang hal yang disebutkan didalam ujaran itu, seperti memuji, mengucapkan terimakasih, mengkritik dan sebagainya.

(02) Interior kamar khas AC Milan

Kenyamanan dan kesederhanaan yang terjadi tujuan utama sangat tergantung pada organisasi ruangan dan tata rias.

Tuturan penulis (O1) dalam wacana (02) merupakan tuturan kalimat yang berkategori ekspresif. Tuturan (02) adalah ungkapan ekspresif dari penulis (O1) tentang nyaman dan kesederhanaan yang terjadi tujuan utama sangat tergantung pada organisasi ruangan dan tata rias. Penulis (O1) mengungkapkan perasaan itu kepada pembaca (O2) dengan tujuan agar pembaca bisa merasakan situasi kenyamanan dan kesederhanaan pada organisasi ruangan dan tata rias. Selain itu tujuan dari penulis (O1) dalam wacana (02) dimaksudkan untuk menyindir atau menyarankan kepada masyarakat atau pembaca iklan tersebut.

Mengacu pada uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa tuturan penulis (O1) yang bertujuan untuk menyindir atau mengkritik dapat disampaikan dengan tindak tutur ekspresif. Selain itu tindak tutur ekspresif ini juga mempunyai kesejajaran dengan tindak tutur tidak langsung, tindak literal dan tindak tutur ilokusi. Hal ini dilandasi pada maksud dan fungsi tindak tutur tersebut sebagai sebagai tindak tutur yang berfungsi ganda, yaitu menyatakan dan melakukan sesuatu.

#### IV. KESIMPULAN

Kesimpulan yang diperoleh dari hasil analisis tindak tutur dalam wacana iklan pada majalah *Genie* edisi November 2011 adalah sebagai berikut.

1. Penulis (O1) wacana iklan dalam majalah *Genie* menggunakan berbagai jenis-jenis tindak tutur untuk menyampaikan maksud/pesan kepada pembaca (O2). Jenis-jenis tindak tutur wacana iklan yang terdapat pada majalah *Genie* yang digunakan oleh penulis antara lain:
  - a. Tindak tutur langsung (kalimat berita, tanya, perintah), lokusi, representatif, dan direktif. Tindak tutur ini digunakan penulis (O1) untuk menginformasikan/menyatakan maksud secara langsung. Maksud yang disampaikan sesuai apa yang dikatakan penulis (O1) melalui tuturan dalam wacana iklan pada majalah *Genie*.
  - b. Tindak tutur tidak langsung (kalimat berita), ilokusi, perlokusi. Tindak tutur ini digunakan penulis (O1) untuk menyampaikan maksud atau pesan kepada pembaca (O2) secara tidak langsung atau tersirat. Maksud/ pesan yang disampaikan kepada pembaca (O2) melalui tindak tutur ini biasanya berisi perintah/menyuruh, mempengaruhi, secara tidak langsung/tersiratsesuai apa yang dikatakan penulis (O1) melalui tuturan dalam wacana iklan pada majalah *Genie*.
2. Maksud atau tujuan penulis yang terkandung di dalam tindak tutur wacana iklan pada majalah *Genie* adalah untuk menyampaikan ide/gagasan, menginformasikan, memohon/menyuruh, dan mengkritik/menyindir, kepada pembaca (O2) atau masyarakat tentang berbagai permasalahan tindak tutur yang terdapat pada majalah *Genie* yang berhubungan dengan iklan yang digunakan oleh penulis secara langsung maupun tidak langsung/tersirat kepada pembaca (O2) dan masyarakat.



## DAFTAR PUSTAKA

- Mahsun. 2005. *Metode Penelitian Bahasa*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Moleong, lexy J. 1990. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya Offset.
- Sudaryanto. 1993. *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press.
- Sutopo, HB. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Sebelas Maret University Press.